


# 中国政法大学
# 学术型研究生期末考查论文

任 课 教 师：周蔚

课 程 名 称：法律服务与司法管理技术

课 程 号：10001254

学 生 姓 名：肖钰坤

学 号：2201010147

# 短视频平台算法推送对律师业务推广的伦理考量

肖钰坤

**【摘要】**人们进入自媒体时代许久，自媒体平台已更新换代多届。短视频平台是如今拥有网络活跃用户数量最大的自媒体平台，通过平台独特的算法机制，律师的业务推广在进入到短视频平台后受益于算法会推送给潜在客户，为律师带来更多收益。文章通过叙述业务推广的内涵类型、算法推送原理以及短视频平台业务推广的现状，分析使用算法机制的短视频平台上律师业务推广行为存在的伦理问题，在明确之后，讨论对伦理问题的解决方法。

**【关键词】**短视频平台；算法推送；律师职业伦理；业务推广

无论是日常生活还是工作，人们都热衷、习惯并擅长将使用自媒体融入具体行为之中，社会已经进入自媒体的成熟时代。律师因为职业的特殊性能够创作许多与社会热点相关的大众喜好内容，叠加短视频平台使用算法推送后做到的精准投放，使得律师业务推广的效率远远胜过传统报刊。一体两面，律师在利用自媒体进行业务推广时也可能会引发各种法律问题，律师稍有不慎，就会受到有关部门的处罚，对自身业务推广背道而驰。我国律师行业的市场竞争已有踏入“红海”之势，“酒香也怕巷子深”，律师一心放在提升法律专业能力似乎在当下社会已成为少部分群体，律师也需要想尽办法提高自己的曝光度，获得更多客户。在抖音，快手等短视频平台上进行业务推广成为现在行之有效的宣传方式。2018 年 1 月 31 日《律师业务推广行为规则（试行）》（以下简称《行为规则》）正式颁布实施，《行为规则》采取了宽松式的基本规范价值，同时采用较为详细具体的规范制定方法。《行为规则》明确将律师使用博客、微信公众号等自媒体平台推广业务的行为列为推广方式之一，同时明确规定律师利用自媒体推广业务应当遵守该规则相关规定。

## 一、律师业务推广概述

### （一）律师业务推广的内涵和类型

律师是指依法取得律师执业证书，接受委托或指定，为当事人提供法律服务

的执业人员。随着社会经济的发展，法律对社会生活的调整越来越广泛，律师的分工越来越精细，法律服务市场的竞争也越来越激烈。面对巨大的生存压力，律师业务的推广是首要任务。律师业务推广的方式主要分为两种：

一是线下办公室接待咨询，这是承包律师业务的传统和基本方式。有业务需求的人进门咨询委托，在接受咨询的过程中，当事人可以直观地感知律师及其法律专业水平、业务技能、工作责任和法律服务效果。律师提供优质的法律服务。在解决客户实际问题的同时，他们还可以在自己和客户之间建立良好的信任关系，并通过口碑不断吸引新客户。

二是传统媒体和现代自媒体中的律师广告。律师广告是指律师或律师事务所为推广自身或他人律师业务，以寻求案件来源、提高影响，利用各种媒介向一定的目标人群传递律师服务信息的行为，从而达到改变、强化消费者认知或促成其购买的目的。该行为通常具有较强的专业性，同时具有长期性的特点，能使律师、律师事务所有效发挥其法律服务功能，令一般人更易于获得法律服务资源或法律救济，保障其行使正当法律权利或实现救济目的。

与传统的四大传播媒体（报纸、杂志、电视、广播）推广方式相比，互联网广告具有得天独厚的优势，是现代媒体营销战略执行的重要部分。国际互联网是一个全新的广告媒体，速度快效果理想，是大中企业利用国际资源扩展壮大的有效途径，对于广泛开展业务的律所也是如此。利用大数据可以追踪、研究用户的偏好，这是互联网相对传统媒体进行业务推广的优势，也是其高效率营销的基础。

**（二）律师业务推广的发展历程**

需要说明的是律师广告是律师业务推广的一个部分，业务推广主要可以分为广告和劝诱两种类型，律师广告是向不特定多数人发布，劝诱是向特定人进行业务宣传，得以建立委托关系。律师对潜在委托人的劝诱具有私密和个性化的特点，难以进行调查和系统研究，所以在这里对律师业务推广进行研究的方向更侧重律师广告。

由于对于广告的定义以及侧重点要求的不同，对律师广告在基本广告分类的基础上，对律师广告的主体、内容与形式又有不同的限制范围，因此形成律师广告制度的不同模式。例如完全禁止律师广告行为的禁止模式，全面放开限制的允许模式等。早期美国、英国以及在英国影响下的日本，均系明令禁止律师使用广

告方式宣传自己、获得案源或扩大影响的，但随着律师制度的不断成熟，法律服务市场的逐渐扩大，民众法律服务需求的增加，律师不得不为自己宣传的言论权做出抗争。国家立法机关与律师自律组织如律师协会也在建立律师职业伦理制度的基础上，以法律规章、行业规范等形式重新考量律师广告的必要性和可行性。[①]

禁止模式出现在 1977 年以前的美国，早期的英国、日本等。该模式指基于律师崇高职业道德或较低的社会地位，立法机关或行业管理组织认为，律师、律师事务所利用广告宣传自己，不仅破坏律师行业形象或是影响整个社会秩序，更有可能催生律师、律师事务所制作并发布不合法广告，利用广告产生不对称信息流，从而使得他人上当受骗，最终侵害不特定人群利益。美国在将律师广告列为商业言论之前，基于繁琐的判例法体系和当时律师身份地位较低的实际情况，美国联邦政府及各州政府等认为，国家有权力和责任来规范公共事业和福利行业。同时律师又承担着法律实践中的公共服务作用，公众的信任对法律制度的有效运作至关重要，一旦允许律师使用广告宣传方式，会催生或提升律师、律师事务所的盈利动机，减少律师的公共服务付出。综合上诉因素，在此阶段美国维持着禁止律师广告的法律制度。而在日本国内，律师被国家赋予极高的使命感，以及为国民服务的荣誉感，同时出于对律师道德要求的考虑，虽在法律法规中以“限制广告”的形式要求律师在有限的主体、范围、形式上进行宣传，但由于其限制的范围和形式及其狭窄，例如不允许提及各类经历、或不允许告知报酬标准，实质上是构成剥夺了律师广告权利的实质禁止模式。

随着律师行业对于权利要求的激烈斗争，以及为破解律师行业传统案源来源不足的困境，美国联邦政府在承受巨大压力下，解除对律师广告的禁制。美国联邦政府及大部分州的律师广告制度基本解禁，走向对律师广告的许可模式。同时日本在 2000 年修正《关于律师业务广告的规定》，2007 年修正《律师业务广告相关规程》，2010 年发布《外国法律事务律师等有关业务广告的规程》，2014 年修改《业务相关指南》，对律师广告再次在内容、形式等方面进行限制。就日本现有行业章程、规则、指南等法规而言，对律师在广告内容上，为保护律师未来的案件情况，出于委托人保密义务的需要，要求在广告内容上准确描述自己的

---

[①] 迟涛.律师广告规范的原则与规则探析[J].甘肃联合大学学报(社会科学版),2013,29(01):51-56.

各项信息和业务水平，不得虚构或夸大，除胜负率及当事人不同意发布的信息外，均可使用作为广告内容。

## 二、算法推送原理及其方式

### （一）算法推送原理

在数学和计算机科学中，算法是指如何解决一类问题的明确规划。算法推送是利用机器深度学习，分析用户历史行为记录数据，提取用户兴趣偏好，从而向用户实现精准信息推送的技术。[②]它可以表现为利用应用软件生成合成类、个性化推送类、排序精选类等算法技术向用户提供恰当的信息内容。

就技术特性而言，算法推荐是一个物质、信息交融的动态系统，其技术操作依赖于形式模式，每个步骤都以确定语句表达，算法流程和结果具有现实执行性。基于人工智能的操作结构，算法可以通过学习、交互获得接近甚至超越人类的能力。据此算法推送不仅在为用户提供偏好内容，而且在提供偏好内容的同时也不断获取更多有效数据进行学习，形成独特的分析推送模式，以更好地在将来为用户提供关联度及兴趣偏好程度更高的内容，增加用户粘性及相应效益。

### （二）算法推送方式

主流的算法推送方式有三种:一是基于内容的推送，二是基于协同过滤的推送，三是结合前述两种方式的混合推送。协同过滤是基于用户历史行为数据进行推送，基于内容的算法推送则取决于物品或者用户的描述，不包括以往的行为数据，混合的算法推送则进行结合，借助两种方法的优势。[③]

基于内容的推送，即通过提取待推送内容的标题、类别、标签、用户评论等信息，根据用户浏览历史的分析向其推荐相似的内容。而基于协同过滤的推送，其运作机制大体上可以被理解为四个维度:一是“用户属性”识别，即算法会对用户的性别、职业等身份信息，视频内容浏览、评论、搜索历史、页面停留时间等行为信息以及用户所处位置的网络状况等环境信息进行挖掘，分析用户的信息偏好和需求数据，二是“内容属性”识别，算法会根据指令对短视频进行数字化识别，并对视频进行相应的内容归类与标签提取，三是基于具有相似兴趣喜好的用户之间的行为协同，为用户进行“个性化”内容推送，四是根据用户关于推送信息的数据反馈，不断完善“用户画像”，优化推送算法，从而实现推送闭环。

---

[②] 张春美.“聪明技术”如何“更聪明”——算法推荐的伦理与治理[J].探索与争鸣,2022,(12)

[③] 喻国明,刘钰菡,王畅颖等.推荐算法:信息推送的王者品性与进阶重点[J].山东社会科学,2018,(03)

## 三、短视频平台算法推送之下的律师业务推广现状

相较以往的业务推广模式，短视频平台推广业务操作便利、成本低、宣传效果好，在配合平台算法推送的基础上，律师利用好短视频平台进行业务推广会达到事半功倍的效果。“流量时代”下最庞大，受众群体最广的短视频平台则是抖音，快手等应用软件。目前，我国律师利用短视频平台推广业务的形式大致可分为三类：

一是律师个人业务推广。目前在抖音，快手上搜索“律师”、“法律”等相关字眼会发现律师相关的抖音账号有上万家，且粉丝数量不低，排名第一的粉丝总数高达一千多万，律师自身拥有专业的知识储备，对社会热点、婚姻、劳动、公司、保险、经济等热门话题，都可以参与讨论之中。律师对于优质内容的输出具备先天优势，加上短视频个性化的推荐机制也让各式各样的内容都有机会展示和传播，律师所传播的核心价值往往都是律师的专业度以及执业能力。

二是律师团队业务推广，指以律师团队名义注册短视频平台账户，并通过该账户发布有关团队及团队成员信息进行业务推广的形式。此种形式发布的业务推广内容主要包括团队及团队成员简介、团队新闻、对社会热点事件的法律评论、发表学术论文、分析案例、专题解答、发表专业实务文章、发布即时法律信息等，可同时为团队和律师个人进行业务推广，既展现了团队的整体实力，又凸显了团队成员的个人专业水平。

三是律师事务所业务推广，指以律师事务所名义注册短视频平台账户，并通过该账户发布相关信息以达到宣传、推广业务效果的形式。相比较律师个人和律师团队而言，此种推广形式发布的信息主要以律所简介、律所新闻为主，较少发布律师个人或律师团队信息。

## 四、平台业务推广存在的伦理问题

无论给予短视频平台再多的用途延伸，它本身都仅仅只是一个中立平台。短视频平台对律师能带来多少流量，获得的流量和热度又有多少能够得到有效转化，取决于律师本人发布在短视频平台上的内容质量和推广手段。当今法律商业主义氛围浓厚，律师在进行推广的过程中难免将利益放在绝对首位，为了获取利益愿意背弃曾经自己取得律师执业资格时所作的种种宣誓，产生许多伦理问题。

### （一）不正当竞争

按正常的商业逻辑而言，一名律师在短视频平台上的内容推广能否得到足够热度和转化率，取决于律师带给用户的内容是否足够有质量，是否能够竞争过发布同类内容的同行。但部分律师在短视频平台上进行自身内容推广时，往往会额外购买一定金额的热度推荐，使用户在搜索框内进行关键词搜索时将自己发布的内容置于前列，此种热度推荐还存在用户搜索另一位律师时平台主动在搜索结果界面弹出购买推荐的律师账号的情况。[④]此外，部分律师还在短视频平台上主动对大量用户进行私信，宣传自己以及所在的律师事务所，“垃圾短信”以另一种形式又出现在短视频平台之上。尽管此种行为转化率低，用户抱怨大，但是始终会有用户接受这种推广方式，并与推广律师签订合同。最后还有律师购买网络水军，让大量水军在平台上披着大众用户的外壳到处留言，对该律师进行赞美和表扬，让不知情用户对该律师产生不准确的评价，于模糊之中选择该律师解决自己的法律问题，用户的法律问题有时不一定是购买水军律师的专攻领域，用户的问题也就不一定能得到有效解决。更有甚至购买水军诋毁其他短视频平台上的律师，在其他律师发布内容下进行内容批评，私信对其他律师有意向的用户进行错误引导，使用户放弃原先意图选择的律师，这既影响其他律师的合法利益，还影响平台用户的合法利益。

**（二）律师专业能力不合格**

律师在平台上发布的内容往往都与法律相关，可以分享执业案例，可以进行法条解读，可以进行普法等活动。部分律师在短视频平台上发布的内容存在盗取其他同行文案的情况。[⑤]有些律师在未经创作人许可的前提下将他人文案进行略微修改或完全不变，形成自己的创作内容并发布在个人账号，侵犯原创作律师的合法权益。还有一些律师忘记自身在平台上的发言不仅代表个人，还代表大众眼中的律师这一整体形象，他们为了热度和迎合社会大众的普遍价值观，对社会热点新闻进行错误的法律评价，误导公众对热点新闻的真实理解，使其他在短视频平台进行正确解读的律师受到平台用户的攻击，他们有时不仅输出错误的观点，还发布恶意诽谤的内容诋毁同行，日本律师职业伦理就曾明确律师应当保持“品味”，上述行为明显不符合。此外还存在非律师人员利用大众用户对法律从业人

---

[④] 王洪杰.论律师业务互联网营销中的技术滥用及其规制[J].新闻传播,2019(01):13-15.

[⑤] 廖国靖,乃露莹.自媒体时代下律师推广业务的行为边界[J].广西政法管理干部学院学报,2018,33(06):82-85.

员的不理解，对用户产生错误引导。去年在短视频平台上爆火的国邦法律肖主任就是以一个十分方正的发型走红平台，他建立了法务服务有限公司，自称本人通过自学学习法律知识，但是本人并未通过法考，更没有取得律师资格，同时他在短视频平台上发布内容和进行直播时从未主动提起。这种行为便会对普通用户产生误导，对他产生错误的认识，若完全信任他的问题解答和方案，可能不会高效解决用户问题，对用户利益产生损害。

### （三）律师错误放置职业重心

短视频平台不止有法律服务的推广，还有各种热点新闻的报道、生活服务等内容在平台上推广，平台也不止向用户提供发布短视频这一项服务，通过许可的用户还可以在短视频平台上进行直播、带货等行为。部分律师为了获取热度会主动采取直播的形式解答简单法律问题，用户在获取简单法律问题答案的同时也乐意在遇到法律问题时向该律师寻求服务，律师获得案源，提高收入，用户问题得到解决，这种良性循环本身值得采纳。但是有时直播收益随着该律师的直播观众人数日益庞大而超过办理业务本身时，律师便会将重心放在直播，将心思投入到如何获得更好的直播娱乐效果上，放弃钻研法律案件的解决。更有部分律师在发布短视频内容走红网络之后进行直播带货，将带货收入覆盖自己的收入构成，这时候他已不再是利用平台进行律师业务推广，而是使用平台本身进行另一个商业行为，但他仍然选择将自己的律师身份挂在主页，利用律师职业给自己吸睛，增加光环。虽然这种行为会给自己带来利益，但是会损害律师行业在大众眼中的形象和口碑，也不符合律师职业本身的职业要求。

## 五、律师业务推广的职业伦理遵守

### （一）坚持正确价值取向和基本原则

我国始终坚持律师业务推广应当平等、诚信，遵守法律法规和执业规范，遵守律师职业道德和执业纪律，公平和诚实竞争的价值趋向和基本原则。[⑥]无论是曾经的博客微博，还是现在的短视频平台，律师都应当在推广业务时将业务推广的正确价值取向和基本原则放在首位，坚守法律底线、职业道德底线、执业纪律底线，拒绝不正当竞争，拒绝不合理利用平台漏洞购买热度、散播垃圾信息、购买网络水军进行虚假性、误导性、夸张性宣传等行为，做到公平和诚实竞争，这

[⑥] 吴晨.律师业务推广行为规则剖析[J].中国司法,2018(03):55-60.

些行为想得到改善需要法律的进一步明确。

### （二）树立自我专业高要求和职业责任

律师于短视频平台进行业务推广时应主动创作视频内容，积极发掘社会热点，同时不断加深对专业知识的学习从而对法律问题做出最佳回答。律师既然通过法律职业资格考试并取得律师证，更应该明白知识产权的重要性，拒绝拿来主义，尊重他人著作权，法律也并非一成不变，律师也应当以终生学习的姿态从事法律行业。同时律师应当肩负足够的职业责任，拒绝为流量和一时利益对热点时事发布错误法律评价，误导用户产生错误理解，拒绝非律师人员以律师身份进行法律问题解答，向公众普及律师事务所和法律服务公司的区别，律师协会应当积极监管平台上律师身份的认证情况，对社会反响大的律师创作内容进行检查。

### （三）恪守职业重心，树立积极形象

在使用律师作为身份从事工作时，应时刻记住身为律师，应当维护当事人合法权益，维护法律正确实施，维护社会公平和正义。律师利用短视频平台进行业务推广的目的是为了给自己获得更多案源，在为更多用户解决法律问题的前提下获得更多收益，这种正向行为也能加深公众对律师的了解，提高对律师工作内容的认可，进一步维护律师的职业形象。拒绝本末倒置地使用平台，拒绝利用律师身份在平台上实施非法律相关的其他商业行为，坚定个人一旦在短视频平台上表明律师身份，就应当从事法律相关的内容创作，解决法律相关的问题。

## 六、结语

短视频平台是数字时代的产物，人人都处于数字时代的浪潮下，人们可以通过短视频平台的独特算法推送用户最偏好的内容，也可以利用短视频平台的推送机制为自身执业求取更多利益。我们应当认可律师把握平台算法推送机制，通过短视频平台推广律师业务的行为，但我们也应当承认短视频平台的算法推送以追求利益作为它的首要目标，在这种逐利前提下，各行各业都会出现许多不当推广行为。律师之间会为了获得用户案源采取不正当竞争，为了流量和引起用户关注故意发表与法律实际相悖的内容，为了存粹的利益忘记成为律师初心。不当推广行为的解决离不开法律对业务推广行为边界的明确，离不开律师协会对业务推广行为的有效监管，更离不开律师自身对职业的正确认识。短视频平台的律师业务推广目前存在的问题不仅影响律师行业自身，也影响庞大数量下平台用户的法律

问题的解决。目前对于短视频平台算法推送的律师业务推广仍然存在讨论空间，有待我们进一步接触律师在平台业务推广的细节后进行研究。

## 参考文献

[1]迟涛.律师广告规范的原则与规则探析[J].甘肃联合大学学报(社会科学版),2013,29(01):51-56.

[2]张春美."聪明技术"如何"更聪明"——算法推荐的伦理与治理[J].探索与争鸣,2022,(12)

[3]喻国明,刘钰菡,王畅颖等.推荐算法:信息推送的王者品性与进阶重点[J].山东社会科学,2018,(03)

[4]王洪杰.论律师业务互联网营销中的技术滥用及其规制[J].新闻传播,2019(01):13-15.

[5]廖国靖,乃露莹.自媒体时代下律师推广业务的行为边界[J].广西政法管理干部学院学报,2018,33(06):82-85.

[6]吴晨.律师业务推广行为规则剖析[J].中国司法,2018(03):55-60.